

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisi data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2014, p.7).

Metode penelitian adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan peneliti untuk memilih pola dan prosedur yang sesuai dalam memperoleh data, menganalisisnya, sampai dengan menyajikan laporan dengan baik dan informative menurut Tony Wijaya (2013,p.1). Dalam hal ini penelitian menggunakan metode *asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode *asosiatif* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara satu *variabel independen* (variabel bebas) yaitu Gaya Hidup (X1) dan Citra Merek (X2) dengan *variabel dependen* (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian (Y).

#### 3.2 Sumber Data

##### 3.2.1 Data Primer

1. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer didapat melalui responden, pengamatan serta

pencatatan langsung tentang keadaan yang ada dilapangan menurut Sugiyono (2014, p.20 ). Data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada pembeli sepatu adidas di sport station Bandar Lampung.

### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber yang tidak memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder umumnya berupa bukti atau catatan secara historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan menurut Sugiyono (2014,p.24). Data sekunder umumnya disusun dari suatu organisasi yang bersangkutan. Data sekunder antara lain dapat berupa buku atau berbagai bentuk terbitan secara periodik yang diterbitkan oleh organisasi atau instansi tertentu. Data yang di dapat berupa data pembeli sepatu adidas di sport station Bandar Lampung.

### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu :

#### **3.3.1 Penelitian Kepustakaan (*Lybrary Research*)**

Teknik ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan skripsi ini seperti data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi, dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

#### **3.3.2 Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

1. Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara :

2. Dokumentasi, yaitu dengan membaca buku atau karya ilmiah lainnya dan sumber data lain yang berasal dari media elektronik seperti internet, yang mempunyai hubungan dengan penulisan penelitian tentang Citra merek, gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu adidas di sport station Bandar Lampung.
3. Kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab menurut Sugiyono (2014,p.142). Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden yang menggunakan sepatu adidas yang di beli di sport station Bandar Lampung.
  - a. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah likert. Pengukuran untuk variabel independent dan dependent menggunakan teknik scoring untuk memberikan nilai pada setiap alternatif jawaban sehingga data dapat dihitung. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:
    1. SS = Sangat Setuju Skor 5
    2. S = Setuju Skor 4
    3. N = Netral Skor 3
    4. TS = Tidak Setuju Skor 2
    5. STS = Sangat Tidak Setuju Skor 1

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2014,p,80). Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak .....pembeli sepatu Adidas di Sport Station Bandar Lampung.

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2014,p.81). Dari populasi yang telah ditentukan diatas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus representative atau mewakili dari populasi tersebut. Jadi sample merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Non probability sampling* adalah pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih. Karena pengguna tidak mudah untuk ditemukan maka, teknik sampel yang digunakan adalah *Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono 2014,p.85).

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin, dengan batasan kesalahan 10% (Sevilla et al 1960,p.182). Rumus untuk menghitung ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran populasi
- e = Persen ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1-15%,

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil adalah:

$$= \frac{864}{1 + (864) \cdot (0,1)^2} = \frac{864}{1 + 864 \cdot 0,01} = \frac{864}{1 + 8,64} = \frac{864}{9,64}$$

= 89,6 dibulatkan menjadi 90 sampel.

### 3.5 Variable Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono (2014.p,38).

#### 3.5.1 Variabel Independen

Variabel (X) atau Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah Gaya Hidup (X1) dan Citra Merek (X2)

#### 3.5.2 Variabel Dependen

Variabel (Y) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini terhadap keputusan pembelian.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Konsep variable	Konsep oprasional	Indikator
Gaya Hidup (X1)	Menurut Kotler dan Keller (2009,p.175) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin pada aktivitas, minat, dan opininya..	Pola kehidupan konsumen yang dijalani sehari – hari yang diimbangi dengan minat dan opini terhadap produk Adidas.	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini
Citra Merek (X2)	Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Zatul (2013,p.285) menyebutkan faktor-faktor	Tanggapan tentang merek Adidas yang diingat konsumen	1. Kualitas produk 2. Dapat di percaya atau di

	pembentuk citra merek adalah Kualitas atau mutu, dapat dipercaya atau diandalkan, kegunaan atau manfaat, pelayanan, resiko harga, dan citra	sekalipun pada saat mereka memikirkannya mereka tidak berhadapan langsung dengan produk sepatu Adidas. Konsumen tidak melihat harga yang tinggi, konsumen hanya memikirkan kualitas dan kegunaannya terhadap aktivitas sehari-hari.	andalkan 3. Kegunaan atau manfaat 4. Pelayanan 5. Harga 6. Resiko 7. Citra
Keputusan pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Armstrong (2001, p.226) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen benar-benar membeli.	Tindakan akhir yang diambil konsumen dalam membeli produk setelah melalui proses dan tahapan.	1. Keputusan tentang jenis produk 2. Keputusan tentang bentuk produk. 3. Keputusan tentang merek. 4. Keputusan tentang penjualan 5. Keputusan tentang jumlah produk. 6. Keputusan tentang waktu pembelian.

### 3.7 Uji Persyarat Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut bisa mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono 2014, p.121). Cara pengujian validitas dapat diketahui dengan menghitung korelasi antara skor butir pertanyaan citra merek (X1) dan gaya hidup (X2) dengan skor total keputusan penjualan sepatu Adidas pada Sport Station Bandar Lampung (Y). Metode uji kevalidan yang digunakan adalah *Product Moment* dengan menggunakan

bantuan program **IBM SPSS 21.0** (*Statistical program dan service solution seri 21.0*)

Kriteria Pengujian :

1. Apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima  
Apabila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak
2. Apabila probabilitas  $sig < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima  
Apabila probabilitas  $sig > 0.05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  ditolak
3. Pengujian Validitas instrumen dilakukam melalui program IBM SPSS 21.0 (*Statistical program dan service solution seri 21.0*).
4. Menentukan kesimpulan dengan berdasarkan hipotesis berdasarkan nilai probabilitas yang ditetapkan. Dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dengan  $r_{tabel}$  maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur kehandalannya (Sugiyono 2014,p.121). Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat di andalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali, dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 21.0 (*Statistical program dan service solution seri 21.0*). Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai  $r$  alpha indeks korelasi :

**Tabel 3.2**  
**Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi**

<b>Koefisien r</b>	<b>Reliabilitas</b>
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

*Sumber: Sugiyono (2010)*

1. Kriteria Pengujian pada Uji Reabilitas yaitu :
  - a. Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen reliabel
  - b. Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak reliabel
2. Pengujian reliabilitas angket dilakukan melalui program IBM SPSS (*Statistical Program and Service Solution Seri 21.0*)
3. Penjelsan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dengan  $r_{tabel}$  maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang di peroleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Alat uji yang digunakan adalah model *kolmogorovsmirnov* hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1.  $H_0$ : data berdistribusi normal  
 $H_a$ : data berdistribusi tidak normal
2. Jika nilai Sig > (0,025) maka  $H_0$  di tolak  $H_a$  diterima

Jika nilai Sig < (0,025) maka Ho diterima Ha ditolak

3. Pengujian normalitas sampel dilakukam melalui program IBM SPSS 21.0 (*Statistical program dan service solution seri 21.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari 1 dan 2 butir, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X normal atau tidak normal.

### 3.8.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas sampel adalah untuk mengetahui apakah data sampel yang di ambil dari populasi itu bervariasi homogen atau tidak. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji test *homogeneity of variances*.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Ho : Varian populasi adalah homogen  
Ha : Varian populasi adalah tidak homogen
2. Jika probabilitas (sig) > 0.05 maka (Alpha) Ho diterima  
Jika probabilitas (sig) < 0.05 maka (Alpha) Ho ditolak
3. Pengujian normalitas sampel dilakukam melalui program IBM SPSS 21.0 (*Statistical program dan service solution seri 21.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari 1 dan 2 butir, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X homogen atau tidak homogen.

### 3.8.3 Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Dengan uji linieritas akan di peroleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier,kuadrat atau kubik ada beberapa uji linieritas yang dapat dilakukan salah satunya dengan *compare means*.

Rumusan Hipotesis:

1. Ho: model regresi berbentuk linier  
Ha: model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak  
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
3. Pengujian normalitas sampel dilakukam melalui program IBM SPSS 21.0 (*Statistical program dan service solution seri 21.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari 1 dan 2 butir, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X berbentuk linier atau tidak berbentuk linier.

#### 3.8.4 Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur  $(1 - R^2)$  di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas  
Jika nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas  
Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,1 maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

### 3.8.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari suatu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika variabel berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode *sperma Rank Correlation*. Apabila hasil pengujian menunjukkan lebih dari  $\alpha = 5\%$  maka tidak  $\alpha$  heteroskedastisitas.

Prosedur pengujian:

1.  $H_0$  : Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual.  
 $H_a$  : Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual.
2. Jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima  
 Jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
3. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*)
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas ( $\text{sig}$ )  $> 0,5$  maka variabel X Heteroskedastisitas atau tidak Heteroskedastisitas.

### 3.8.6 Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.

Kriteria pengujian :

$d > d_l$  : tidak terjadi autokorelasi positif dan negatif.

$d < d_l$	: ada autokorelasi positif.
$d > 4 - d_l$	: ada autokorelasi negatif.
$d_u < d < 4 - d_u$	: tidak ada autokorelasi.
$d_l < d < d_u$	: tidak dapat disimpulkan.
$(4 - d_u) < d < (4 - d_l)$	: tidak dapat disimpulkan.

### 3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan menurut Sugiyono (2014 : 142).

#### 3.9.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Gaya Hidup ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ ), dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 21.00. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + et$$

Keterangan :

Y	= Keputusan pembelian
$X_1$	= Gaya Hidup
$X_2$	= Citra Merek
a	= konstanta
et	= error term
$b_1, b_2$	= Koefesien regresi

### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1 Uji t :

##### 1. Pengaruh Citra Merek ( $X_1$ ) Terhadap keputusan pembelian (Y)

4.  $H_0$  = Gaya Hidup ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sepatu adidas di Sport Station Bandar Lampung.
5.  $H_a$  = Gaya Hidup ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sepatu adidas di Sport Station Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

##### 2. Pengaruh Gaya Hidup ( $X_2$ ) Terhadap keputusan pembelian (Y)

6.  $H_0$  = Citra Merek ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sepatu adidas di Sport Station Bandar Lampung.
7.  $H_a$  = Citra Merek ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sepatu adidas di sport station Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

#### 3.10.2 Uji F

**Uji F : Pengaruh Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Citra Merek ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

8.  $H_0$  = Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Citra merek ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sepatu adidas di Sport Station Bandar Lampung.
9.  $H_a$  = Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Citra Merek ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sepatu adidas di Sport Station Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan  $F$  dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
  - b. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk  $F$  Tabel pada  $db_1=k$  dan  $db_2 = n-k-1$
3. Menentukan kesimpulan dari hasil \* uji hipotesis.